

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Dalam beberapa dekade terakhir ini perkembangan teknologi semakin berkembang pesat, terutama dalam bidang komunikasi. Perkembangan teknologi ini telah membawa perubahan bukan hanya dalam pola pikir masyarakat, tetapi juga cara bisnis suatu perusahaan dan bagaimana informasi dipertukarkan. Menyediakan kebutuhan informasi para pemangku kepentingan merupakan salah satu cara untuk meraih keunggulan kompetitif jangka panjang (*sustainable competitive advantage*) dan kesuksesan usaha setiap perusahaan.

Salah satu perkembangan terbesar di bidang teknologi dan komunikasi dalam kurun waktu setengah abad ini adalah perkembangan internet. Internet merupakan sebuah teknologi yang mempunyai kekuatan untuk mengubah laporan eksternal secara besar-besaran (Kusumawardani, 2011). Internet mampu menurunkan distorsi dalam saluran komunikasi serta menghilangkan pertukaran antara daya jangkau dan kedalaman isi suatu informasi (Kusumawardani, 2011). Internet juga merupakan suatu media yang tepat untuk digunakan sebagai sarana mengakomodasi perubahan yang dibutuhkan dalam pelaporan perusahaan. Penyebaran informasi melalui internet dipandang sebagai komunikasi yang efektif kepada pelanggan dan investor (Ashbaugh et al., 1999).

Seiring dengan cepatnya perkembangan zaman, dimana seluruh perusahaan-perusahaan yang ada dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman

dengan menggunakan media informasi seperti internet. Perkembangan teknologi dalam dunia bisnis ditunjukkan dengan mulai banyaknya perusahaan yang memiliki *website* sendiri. Pada awalnya *website* ini hanya bertujuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Seetharaman et al., 2006). Namun seiring dengan berjalannya waktu, *website* tidak hanya digunakan sebagai sarana pemasaran produk tetapi juga sebagai media komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan, baik dengan *shareholders*, *stakeholders*, maupun pihak lain yang berkepentingan.

Perusahaan menggunakan *website* bukan hanya untuk menyebarkan informasi non-finansial tetapi juga informasi finansial. Saat ini banyak perusahaan menggunakan *website* perusahaan untuk mengungkapkan informasi keuangan dan bisnis mereka. Informasi yang diberikan dalam *website* perusahaan biasanya adalah produk atau jasa yang diberikan perusahaan, profil perusahaan, visi-misi perusahaan, lowongan kerja, laporan keuangan perusahaan dan laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan informasi melalui *website* juga merupakan suatu upaya dari perusahaan untuk mengurangi asimetris informasi antara perusahaan dengan pihak luar (Hargyantoro, 2010). Penggunaan internet di masa kini dan masa depan akan menjadi alat persaingan antar perusahaan karena internet dinilai sebagai suatu kebutuhan untuk mendapatkan informasi bagi masyarakat (Almilia, 2009).

Menurut Choi (2002) bahwa internet merupakan salah satu penggerak dan pendorong terjadinya globalisasi. Untuk mendorong *cross-listing* dan *cross-investment*, terutama dibutuhkan ketersediaan informasi (keuangan maupun

nonkeuangan), dan internet merupakan sarana dan media yang paling tepat. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang juga tidak terlepas dari fenomena tersebut, perusahaan-perusahaan di Indonesia dituntut untuk dapat meningkatkan kemampuan mengkomunikasikan informasi (keuangan maupun non keuangan) yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder* perusahaan, termasuk investor.

Meskipun sudah banyak perusahaan yang menggunakan *website* sebagai sarana komunikasi, tetapi tidak berarti bahwa keberadaan *website* perusahaan ini memiliki kuantitas dan kualitas yang terstandardisasi antar perusahaan. Pengembangan pelaporan keuangan berbasis internet dewasa ini dianggap sebagai perkembangan praktik akuntansi pengungkapan yang ada meskipun perkembangan praktik ini tidak didasari dengan standardisasi pengungkapan informasi keuangan dengan media internet.

Lai *et al.* (2009) menyatakan bahwa sebuah manfaat besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi sebanyak mungkin sehingga investor mampu membedakan mana perusahaan yang baik dan yang buruk. Semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi, maka semakin besar dampak dari pengungkapan pada keputusan investor.

Perusahaan publik perlu mengungkapkan informasi baik finansial maupun non-finansial untuk membantu para investor potensial dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan perusahaan. Di Indonesia Bapepam mengeluarkan peraturan melalui Keputusan Ketua Bapepam No.86 Tahun 1996

mengenai keterbukaan informasi yang harus diumumkan kepada publik yang berbunyi :

“Setiap Perusahaan Publik atau Emiten yang pernyataan pendaftarannya telah menjadi efektif, harus menyampaikan kepada Bapepam dan mengumumkan kepada masyarakat secepat mungkin, paling lambat akhir hari kerja ke-2 (kedua) setelah keputusan atau terdapatnya informasi atau fakta material yang mungkin dapat memengaruhi nilai efek perusahaan atau keputusan investasi pemodal”.

Bapepam mengatur pengungkapan informasi laporan keuangan tahunan pada perusahaan-perusahaan publik yang *listing* di Bursa Efek Indonesia melalui Keputusan Ketua Bapepam No: Kep-134/BL/2006. Tujuan peraturan ini adalah untuk memberikan hak kepada investor dalam memperoleh informasi keuangan yang akurat dan tepat waktu. Bapepam berharap dengan adanya peraturan tersebut dapat mendorong upaya-upaya perusahaan untuk secepatnya mengumumkan kepada masyarakat mengenai informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan yang mungkin dapat mempengaruhi suatu efek.

Perkembangan teknologi informasi sangat membantu perusahaan untuk mengungkapkan informasi perusahaan melalui internet dimana internet menawarkan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh media lain antara lain *realtime, low cost, borderless*, lebih cepat dan memungkinkan adanya interaksi yang tinggi (Sukanto, 2011:81). Dengan menempatkan informasi pada website perusahaan, pengguna informasi dapat mencari informasi apapun terkait perusahaan tanpa mengeluarkan biaya yang cukup tinggi. Salah satu peranan internet lainnya dengan menampilkan informasi perusahaan dalam *website* yang dapat bersifat statis seperti visi dan misi perusahaan, pimpinan, produk, alamat

usaha dan sebagainya, disamping itu melalui *website* perusahaan dapat menyajikan informasi yang lebih dinamis dan diperbaharui secara berkala seperti informasi tentang keuangan, berita perusahaan (*news*), topik aktual (*highlights*), artikel ataupun promosi produk dan jasa perusahaan. Dengan keberadaan sebuah *website* perusahaan, tentunya perusahaan berharap proses publikasi dan komunikasi dengan pihak-pihak terkait menjadi lebih lancar. Di samping itu diharapkan dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menarik investor.

Pelaporan keuangan melalui internet tidak hanya dibatasi dengan penggunaan statistik dan grafik saja, tetapi meliputi *hyperlinks*, *search engine*, *multimedia* ataupun *interactivity*. Internet dapat digunakan untuk mengembangkan penyediaan informasi keuangan pada perusahaan sendiri dalam hal ketepatanwaktuan penyedia informasi bagi pengguna informasi keuangan. Dengan media internet juga dapat menghilangkan keterbatasan karena perbedaan wilayah dan juga dapat meningkatkan frekuensi pelaporan informasi keuangan kepada publik mengingat kebutuhan akan penyediaan informasi dengan cepat.

Penyajian pelaporan keuangan dengan menggunakan media internet (*Internet Financial Reporting/IFR*) merupakan pengungkapan sukarela, yang tentu saja berdampak pada adanya disparitas praktik IFR antar perusahaan. Beberapa perusahaan mengungkapkan hanya sebagian laporan keuangannya dengan pemanfaatan tingkat teknologi yang rendah, sedangkan perusahaan lain teknologi internet berkembang sangat pesat, dengan internet kita bisa menaruh

informasi apa saja didalamnya, baik berupa teks, gambar maupun video. Akuntansi juga bisa memanfaatkan internet, baik sebagai sistem untuk transaksi atau pelaporan informasi keuangan

*Internet Financial Reporting* atau pelaporan keuangan melalui internet menjadi trend penting seiring dengan perkembangan teknologi internet. Perusahaan dapat menaruh informasi keuangannya melalui media internet dengan jangkauan audiens yang lebih luas dan mendunia, lebih cepat dan lebih murah. Laporan keuangan yang biasanya dicetak, melalui internet pengguna laporan keuangan bisa mendistribusikannya lebih cepat (aspek *timeliness*), akses lebih mudah. Artinya dengan media internet perusahaan mampu mengeksplorasi kegunaan teknologi ini untuk lebih membuka diri dengan menginformasikan laporan keuangannya (aspek *disclosure*). Oleh karena itu mudahnya *Internet Financial Reporting* yang dapat diakses oleh masyarakat banyak, maka *Internet Financial Reporting* tidak dapat dianggap remeh tetapi justru dirasa penting guna keberlanjutan perusahaan (membuat *image* positif perusahaan di masyarakat).

Asbaugh et al., (1999) menyatakan bahwa IFR dipandang sebagai alat komunikasi yang efektif kepada pelanggan, investor dan pemegang saham. Hal ini berkaitan dengan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi dan pinjaman. IFR merupakan respon dari perusahaan untuk menjalin komunikasi dengan *stakeholder*, khususnya investor dengan lebih baik dan lebih cepat. Abdelsman et al., (2009) berpendapat bahwa "*responsiveness*" merupakan salah satu hal yang penting untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan mempengaruhi kepercayaan investor pada pasar modal.

Laporan tahunan merupakan media utama penyampaian informasi oleh manajemen kepada pihak-pihak yang berkepentingan di luar perusahaan. Laporan tahunan mengkomunikasikan informasi keuangan dan informasi lainnya kepada pemegang saham, kreditor, dan *stakeholders*. Laporan tersebut juga merupakan media pertanggungjawaban pelaksanaan tugas bagi para manajer dalam organisasi.

Informasi keuangan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan dalam pengungkapan wajib (*mandatory disclosures*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosures*). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Sedangkan pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan yang melebihi (di luar) dari yang diwajibkan. Pengungkapan sukarela memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk pengambilan keputusan oleh para pemakai laporan tahunan (Mujiyono dan Nany, 2006).

Selanjutnya, pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku (Feliana, dkk, 2007:2). Salah satu informasi yang bersifat sukarela adalah informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dituangkan dalam *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, kinerja organisasi serta produknya dalam konteks *sustainable development*. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Tuntutan terhadap

perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk meningkatkan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Dengan demikian *sustainability reporting* meliputi pelaporan keberlanjutan perusahaan mengenai ekonomi, lingkungan, dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi.

Gazdar (2007) menyatakan ada empat hal yang membuat mengapa pelaporan nonfinansial ini sangat penting: **Pertama**, meningkatkan reputasi perusahaan. Semakin transparan perusahaan dalam aspek-aspek yang dituntut oleh pemangku kepentingannya, semakin tinggi pulalah reputasi perusahaan. Tentu saja, kalau kinerja yang dilaporkan itu baik dan valid. Karenanya perusahaan harus terlebih dahulu meningkatkan kinerjanya dengan sungguh-sungguh. Validitas juga sangat penting, karena pemangku kepentingan tidak akan memaafkan perusahaan yang melakukan pembohongan publik.

**Kedua**, melayani tuntutan pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan adalah pihak-pihak yang terpengaruh dan bisa mempengaruhi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Tentu saja mereka yang terpengaruh hidupnya oleh perusahaan berhak untuk mengetahui aspek-aspek yang bersentuhan dengan kehidupan mereka. Mereka yang bisa memengaruhi perusahaan sangat perlu untuk mendapat informasi yang benar, sehingga pengaruh mereka bisa diarahkan ke tujuan yang tepat.



**Ketiga,** membantu perusahaan dalam membuat berbagai keputusan. Laporan kinerja yang baik tentu saja akan memuat indikator-indikator yang akan membantu perusahaan melihat kekuatan dan kelemahan dirinya. Perusahaan bisa sedikit lebih tenang dalam aspek yang indikator-indikatornya menunjukkan kekuatan. Di sisi lain, perusahaan perlu mencurahkan sumberdaya yang lebih besar untuk aspek-aspek yang tampak masih lemah. Laporan periodik dengan indikator yang konsisten sangat diperlukan disini, sehingga naik turunnya kinerja bisa terpantau dan disikapi dengan keputusan yang tepat.

**Keempat,** membuat investor dengan mudah memahami kinerja perusahaan. Sebagaimana yang sudah diungkapkan di atas, ada kebutuhan yang semakin tinggi dari investor untuk bisa mengetahui kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Para investor jangka panjang benar-benar ingin mengetahui apakah modal yang ditanamkan aman atau tidak. Perusahaan-perusahaan yang memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang tinggi memiliki kemungkinan yang lebih baik untuk terus berlanjut usahanya, dan para investor tentu lebih berminat untuk menanamkan modalnya pada perusahaan-perusahaan tersebut.

Perusahaan-perusahaan konstruksi dan properti merupakan kelompok sector perusahaan yang tergabung di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Properti dan konstruksi di Indonesia tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Hal ini dikarenakan keduanya memiliki keterkaitan satu sama lain, karena industri konstruksi merupakan yang produknya terkait dengan perancangan bangunan properti. Investasi di sektor properti dan sektor konstruksi pada umumnya bersifat jangka panjang dan pertumbuhannya sangat sensitif terhadap indikator makro

ekonomi, seperti pertumbuhan ekonomi, laju inflasi, tingkat suku bunga dan nilai tukar rupiah. Sejak krisis ekonomi tahun 1998, banyak perusahaan pengembang mengalami kesulitan memiliki hutang yang didominasi oleh Amerika dalam jumlah yang besar, yang telah dipinjamnya pada saat sebelum krisis ekonomi guna membangun properti. Krisis ekonomi menyebabkan bunga kredit melonjak hingga 50% sehingga pengembang mengalami kesulitan untuk membayar cicilan kreditnya (dalam bentuk dollar Amerika). Bisnis properti mengalami kejayaan pada tahun 1996. Para ahli properti memperkirakan bisnis properti mempunyai siklus perkembangan setiap tujuh tahun sekali. Setelah *booming* pada tahun 1996, diperkirakan pada tahun 2003 bisnis properti akan kembali mengalami masa kejayaannya, akan tetapi terjadi krisis ekonomi pada tahun 1998, maka perkiraan menjadi mundur ke tahun 2005.

Seperti halnya pada industri properti, pasar jasa konstruksi Indonesia sangat dipengaruhi oleh daya beli masyarakat dan pemerintah, dimana daya beli ini berkaitan erat dengan perkembangan ekonomi makro Indonesia yang mengalami gangguan akibat krisis ekonomi pada tahun 1997/1998. Sebelum krisis ekonomi pada tahun 1997, Biro Pusat Statistik (BPS, 2006) mencatat adanya pertumbuhan sektor konstruksi yang mencapai 13,71% pertahun. Tingkat pertumbuhan ini lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 7,85%. Akan tetapi setelah krisis ekonomi menyerang Indonesia, konstruksi mulai terlihat bangkit sejak tahun 2000 dan saat itu beberapa bank menurunkan suku bunga kredit hingga 15%. Kegiatan ini membangkitkan pasar properti yang sejalan dengan perbaikan kinerja keuangan beberapa emiten properti. Berkaitan

dengan penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan properti dan konstruksi.

Maka dapat disimpulkan bahwa penyajian informasi baik keuangan maupun informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan dengan menggunakan teknologi internet disebut *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*. Diharapkan dengan adanya IFSR ini dapat membantu keberlangsungan sebuah perusahaan dalam beroperasi sesuai dengan tuntutan zaman.

Menurut penelitian terdahulu yaitu terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela perusahaan terhadap indeks *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*, salah satunya pada penelitian Kartika (2013) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap IFSR yang mengindikasikan perusahaan besar lebih mampu menginvestasikan banyak sumberdaya dalam pembuatan website perusahaan dari pada perusahaan kecil. Prasetya (2012) menyatakan profitabilitas merupakan indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang baik, sehingga manajemen akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan, maka disimpulkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap IFSR. Dalam penelitian Rizkiyah (2014) menyatakan *leverage* mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap IFSR, karena tinggi rendahnya *leverage* tidak memberikan pengaruh terhadap penyampaian IFSR di *website* perusahaan. Selanjutnya dalam Kartika (2013) menyatakan kepemilikan pihak luar berpengaruh negatif signifikan terhadap IFSR, hal ini mengindikasikan justru perusahaan yang sahamnya mayoritas dimiliki oleh manajemen memiliki

kecenderungan untuk menyebarluaskan praktik IFSR untuk memberikan kesan keterbukaan manajemen terhadap pihak luar.

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian yang dilakukan Kartika (2013) berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, jenis industri, umur listing, ukuran auditor, dan kepemilikan pihak luar merupakan variabel yang menunjukkan adanya pengaruh tingkat pengungkapan sukarela perusahaan terhadap indeks IFSR (*Internet Financial and Sustainability Reporting*). Berbeda dengan penelitian sebelumnya menggunakan profitabilitas dengan segi ukur ROE, penulis menggunakan ROA untuk menghitung profitabilitas. Karena ROA lebih memiliki tingkat yang lebih independen dalam mengukur profitabilitas. Dan dalam penelitian ini penulis menambahkan variabel independen yaitu status perusahaan dan likuiditas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penyajian pengungkapan sukarela di Internet. Oleh karena itu penulis mengambil tujuh variabel yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, umur listing, ukuran auditor dan likuiditas untuk melihat pengaruh terhadap IFSR. Objek penelitian yang dipilih adalah perusahaan konstruksi dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012 hingga 2014. Riset-riset atas penelitian IFSR di Indonesia belum banyak dilakukan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)”**.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*?
3. Bagaimana pengaruh leverage terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*?
4. Bagaimana pengaruh umur listing terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*?
5. Bagaimana pengaruh ukuran auditor terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*?
6. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*?

## 1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting (IFSR)*.

3. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting* (IFSR).
4. Untuk mengetahui pengaruh umur listing terhadap terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting* (IFSR).
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran auditor terhadap terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting* (IFSR).
6. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap terhadap pengungkapan *Internet Financial and Sustainability Reporting* (IFSR).

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Untuk perusahaan agar proses publikasi dan komunikasi dengan pihak-pihak terkait menjadi lancar, selain itu dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan di masyarakat sehingga dapat menarik investor guna keberlanjutan perusahaan. Dan juga dapat membantu keberlangsungan perusahaan dalam beroperasi sesuai dengan tuntutan zaman.
2. Untuk para investor berguna dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi terhadap suatu perusahaan dan berguna untu para investor potensial dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan perusahaan setelah menerima informasi keuangan yang akurat dan tepat waktu.

## 1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini terbagi atas lima bab, yaitu :

**BAB I** : Pendahuluan

Berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II** : Landasan Teori

Berisikan mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

**BAB III** : Metode Penelitian

Berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta teknik analisis data.

**BAB IV** : Hasil dan Pembahasan

Berisikan analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V** : Penutup

Berisikan kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

